GUIDES À L'INTENTION DES NOUVEAUX EXPORTATEURS DU SECTEUR DE L'HABITATION

ÊTES-VOUS PRÊT À EXPORTER?

La SCHL contribue à l'amélioration du logement et des conditions de vie au Canada, notamment en communiquant les résultats de ses recherches. Elle tient à votre disposition une liste de produits d'information portant sur divers sujets de nature sociale, économique, environnementale et technique en rapport avec l'habitation.

Composez le 1-800-668-2642 ou visitez notre site Web à l'adresse suivante: www.cmhc-schl.gc.ca

This publication is also available in English under the title: Are You Ready to Export?, NHA 2024.

Canada

Ce projet a été financé par la Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL). Toutefois, les avis et recommandations qu'on y trouve sont les avis et recommandations personnels des auteurs et la SCHL n'accepte aucune responsabilité à leur égard. L'utilisateur assume entièrement le risque lié à toute dépendance de cette information ou à toute mesure prise sur la foi de ces renseignements. Ce livre ne remplace pas les conseils de professionnels.

La Société canadienne d'hypothèques et de logement souscrit à la politique du gouvernement fédéral sur l'accès à l'information des personnes handicapées. Pour obtenir la présente publication sur des supports de substitution, composez le 1-800-668-2642.

© 1998, Société canadienne d'hypothèques et de logement. Tous droits réservés. La reproduction, l'entreposage ou la transmission d'un extrait quelconque de cet ouvrage, par quelque procédé que ce soit, tant électronique que mécanique, par photocopie ou par microfilm, sont interdits sans l'autorisation préalable écrite de la Société canadienne d'hypothèques et de logement. Tous droits de traduction et d'adaptation réservés pour tous les pays. La traduction d'un extrait quelconque de cet ouvrage est interdite sans l'autorisation préalable écrite de la Société canadienne d'hypothèques et de logement.

ISBN 0-662-26719-2

Imprimé au Canada
Produit par la SCHL

104-03508/

Table des matières

1. FAIRE AFFAIRE À L'ÉTRANGER 1

2. DISTANCE, DIFFÉRENCE ET RISQUE 3

- Faire affaire à distance 3
- Faire affaire dans un milieu différent 3
- Comment atténuer les risques 3
- Être prêt à faire des affaires 4

3. CRITÈRES POUR DÉTERMINER SI VOUS ÊTES PRÊT À EXPORTER 5

- Partir d'assises solides à domicile 5
- Les ressources humaines jouent un rôle important 5
- Raisons d'exporter 5
- Engagement de l'entreprise 6
- Faire affaire dans un milieu différent 7

4. COMMENT S'ATTAQUER AUX RISQUES LIÉS À L'EXPORTATION 9

- Risques assurables et non assurables 9
- Pour exporter, il faut disposer d'avantages concurrentiels sur le marché-cible 9
- La réussite dépend souvent de la capacité de tenir bon 9
- Il faut avoir les bons outils pour faire affaire à distance 10

5. LE CHOIX D'UN MARCHÉ-CIBLE 11

- Choix du marché-cible 11
- Pourquoi n'en choisir qu'un seul? 11
- Sélection du marché-cible (Questionnaire) 12

6. ÉVALUATION DE VOTRE DEGRÉ DE PRÉPARATION À L'EXPORTATION 15

- Faire affaire à distance (Questionnaires) 16
  - Avez-vous de solides assises à domicile? 16
  - Est-ce que vos produits ou services sont faciles à exporter? 19
  - Votre entreprise a-t-elle les ressources nécessaires? 21
  - Pourquoi voulez-vous exporter? 23
  - Quel est le degré d'engagement de l'entreprise? 25

- Faire affaire dans un milieu différent 27
  - Quel est le niveau réel de vos connaissances sur votre marché-cible proposé? 27
  - Connaissez-vous le pays et les gens? 28
  - Êtes-vous bien renseigné sur la politique et l'économie locales? 30
  - Que savez-vous sur la société et sa culture? 32
  - Que savez-vous sur l'accessibilité du marché? 34
  - Avez-vous dressé un plan d'exportation? 36

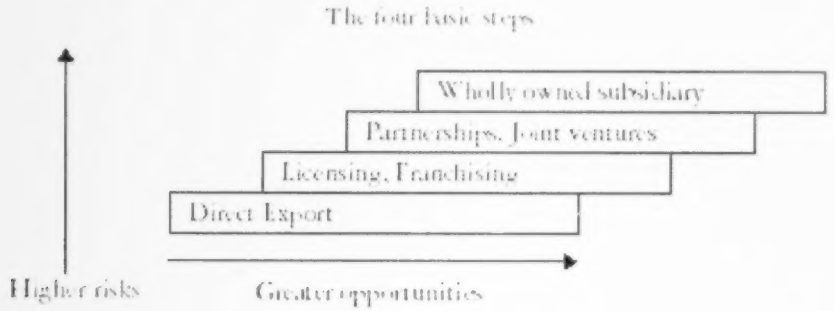
- Comment atténuer les risques 38
  - Connaissez-vous bien les tenants et aboutissants du financement, de l'assurance et de l'aide à l'exportation? 38
  - Avez-vous la capacité de tenir bon? 40
  - Avez-vous fait examiner vos plans? 42
  - Êtes-vous vraiment prêt à faire des affaires? 44

7. QUEL EST VOTRE DEGRÉ GLOBAL DE PRÉPARATION À L'EXPORTATION? 47

8. DEVRIEZ-VOUS VOUS LANCER DANS L'EXPORTATION? 51

1. Faire affaire à l'étranger

On peut faire affaire à l'étranger à quatre niveaux. Chacun suppose un degré d'engagement, d'investissement et de risque supérieur à celui du niveau précédent et peut aussi offrir des possibilités de profits supérieurs.



Pour exporter directement, vous devez faire l'effort de trouver des clients, agents ou distributeurs éventuels sur un marché étranger particulier. Il ne faut pas confondre l'exportation directe avec la vente au pays à un client qui emporte le produit sur un marché étranger. Parce qu'elle nécessite un degré d'engagement, d'investissement et de risque moindre que les autres niveaux, on considère généralement l'exportation directe comme la meilleure façon de commencer à faire affaire à l'étranger.

La concession de licences et le franchisage nécessitent un niveau de participation sur le marché-cible plus élevé que l'exportation directe. Lorsque vous concédez une licence, vous vendez à quelqu'un le droit de produire et(ou) de vendre un produit ou un service que vous avez mis au point, généralement sous votre nom de marque, sur un marché étranger particulier. Le franchisage englobe non seulement le produit, mais tout le processus de commercialisation. Le franchiseur, situé dans le pays d'origine, donne au franchisé le droit d'exploiter, dans une zone limitée d'un pays étranger, le même genre d'entreprise, sous le même nom et en utilisant les mêmes méthodes. L'octroi de licences et le franchisage nécessitent plus d'investissements, plus de temps et plus d'engagement que l'exportation directe.

Le troisième niveau de participation à l'étranger consiste à trouver un associé dans le pays étranger et à créer une coentreprise. Les partenariats et les coentreprises deviennent intéressants lorsque le volume des exportations est suffisant pour justifier la production locale. Les partenariats et coentreprises nécessitent des investissements considérables à long terme. Ils présentent plus de possibilités que les niveaux inférieurs de participation, mais on considère qu'ils sont plus risqués que la concession de licences ou le franchisage.

Dans certains cas, le produit qu'on offre ou les débouchés sur les marchés étrangers justifient la création d'une filiale en propriété exclusive. Ces filiales représentent les possibilités de profit les plus élevées; par contre, elles exigent le niveau le plus élevé d'investissement et d'engagement de la part de l'investisseur et comportent habituellement le niveau de risque le plus élevé.

Ce guide porte principalement sur l'exportation. De façon plus précise, il vous aidera à déterminer si vous êtes prêt à exporter et à cerner vos forces et vos faiblesses. Si vous constatez que vous n'êtes pas tout à fait prêt, le guide intitulé *Comment vous préparer à l'exportation* vous guidera à travers les principales étapes que vous devez franchir pour devenir prêt à exporter.

2. Distance, différence et risque

Les trois questions critiques pour quiconque s'engage dans le commerce d'exportation sont la distance, la différence et le risque.

Faire affaire à distance

Pour faire affaire à distance, on a besoin de méthodes et de compétences différentes de celles qu'on utilise pour faire des affaires au pays. Les gens de l'industrie canadienne de l'habitation aiment voir, sentir et discuter d'affaires en face à face. Toutefois, lorsqu'on exporte, on transige surtout par télécopieur, téléphone et document papier. Il faut faire affaire sur de grandes distances et dans de multiples fuseaux horaires. Les occasions de rencontres en face à face ont tendance à être brèves et rares.

Pour être en mesure de faire des affaires à distance, il faut avoir de l'organisation, des ressources, une motivation suffisante, l'engagement de l'ensemble de l'entreprise et les bons outils de communication.

Faire affaire dans un milieu différent

Les marchés étrangers ne sont pas seulement plus éloignés; ils sont réellement différents du marché intérieur. Le marché du logement du nord des États-Unis est très semblable au nôtre, ayant la même géographie, le même climat, la même langue, une culture semblable et le même contexte juridique et économique d'ensemble. Mais toutes ces similitudes représentent une exception et non pas la règle. Les gens qui vivent dans d'autres pays où les climats et les cultures sont différents ont tendance à avoir des besoins et des désirs, ainsi que des priorités, qui diffèrent des nôtres. Par exemple, les exportateurs canadiens du secteur de l'habitation pourraient être surpris d'apprendre que les grandes cuisines bien éclairées à aire ouverte et entièrement équipées qui sont considérées comme un argument de vente au Canada pourraient susciter des réactions négatives sur les marchés en développement où la cuisine est encore du ressort d'un cuisinier engagé mal rémunéré.

Des connaissances supérieures et une planification minutieuse sont essentielles pour se préparer à faire des affaires dans un milieu différent.

Comment atténuer les risques

Faire affaire à l'étranger comporte certains risques, comme les retards de livraison, les erreurs dans la documentation, les risques commerciaux, les risques de non-paiement, les risques financiers, les fluctuations des taux de change, les risques locaux au plan juridique et de la

responsabilité et même les risques politiques. En vous limitant aux exportations directes, vous minimisez déjà ces risques, mais vous ne les éliminez pas complètement. La clé d'une bonne préparation, c'est de bien comprendre au préalable les risques que vous courez.

On peut atténuer certains risques, comme ceux qui sont liés au non-paiement, aux fluctuations des taux de change et à l'instabilité politique, au moyen d'une assurance appropriée et de l'utilisation de lettres de crédit. Toutefois, pour être prêt à exporter, vous devez devenir un *expert en exportation*. Un critère clé de la mesure dans laquelle vous êtes prêt à exporter est votre niveau de connaissance de chaque catégorie de risque, de ce qu'il représente et de la façon de vous protéger ou même de l'utiliser dans votre intérêt.

Il y a aussi certains risques, comme les risques commerciaux, qui ne peuvent pas être assurés. La meilleure et, dans la plupart des cas, la seule protection contre la faiblesse ou la lenteur de la pénétration du marché est de disposer d'avantages concurrentiels évidents sur le marché étranger cible et d'avoir les reins suffisamment solides pour tenir bon jusqu'à ce que tous les problèmes soient réglés.

Être prêt à faire des affaires

Vous devez vous assurer d'avoir le bon produit au bon prix et de choisir le bon marché-cible. Au moment de réellement commencer à faire des affaires, vous devez avoir en main les bons outils, depuis les cartes de visite aux brochures en passant par les échantillons et les télécopieurs ayant leur propre ligne.

3. Critères pour déterminer si vous êtes prêt à exporter

Dans cette section, nous vous renseignerons sur les critères clés qui permettront de déterminer si vous, votre entreprise et vos biens et services êtes prêts à exporter, c'est-à-dire si vous avez ce qu'il faut pour faire affaire à distance, dans un milieu différent et avec des risques accrus.

Partir d'assises solides à domicile

L'exportation présente d'excitantes occasions de croissance et de bénéfices à long terme pour toutes les sociétés, qu'elles soient petites, moyennes ou grandes. Par conséquent, les activités d'exportation doivent être planifiées soigneusement et se fonder sur les bonnes ressources et un engagement suffisant. L'exportation est très rarement une solution pour les sociétés désorganisées ayant des produits non concurrentiels et des flux de trésorerie vascillants.

Pour partir d'assises solides à domicile, votre compagnie doit être bien organisée et être reconnue pour sa capacité de satisfaire ses clients sur son marché. Des assises solides à domicile comprennent également des produits ou services concurrentiels qui se fondent sur de solides connaissances techniques, une gestion compétente et un personnel de vente et de soutien dévoué.

Les ressources humaines jouent un rôle important

Pour réussir en exportation, il faut avoir de l'expérience du processus d'exportation et une connaissance approfondie du marché-cible. La disponibilité de personnel ayant une expérience antérieure de l'exportation et une connaissance approfondie du marché-cible est considérée comme un indicateur important d'une organisation orientée vers l'exportation.

Au début, on peut se renseigner sur le processus d'exportation en consultant de nombreuses sources, y compris les gouvernements, les associations et les publications, ou encore, un expert-conseil qualifié. Vous pouvez aussi compléter la sensibilisation à votre marché-cible de votre propre équipe de gestion en retenant les services d'un immigrant récent bien informé venant du pays que vous visez ou d'un ressortissant canadien établi dans le pays étranger.

Raisons d'exporter

Il y a plusieurs bonnes raisons de devenir actif en exportation directe. Les marchés étrangers peuvent devenir d'excellents compléments de votre marché intérieur. Par exemple, si vos activités diminuent pendant l'hiver, il pourrait être rentable pour vous de développer un

marché étranger dans l'hémisphère sud où les besoins saisonniers sont opposés à ceux de votre marché intérieur.

Les marchés étrangers constituent une bonne assurance contre les cycles économiques sur le marché intérieur. Toutefois, à moins que vous vendiez un produit de base, l'exportation n'est pas une façon rapide de faire de l'argent, pas plus qu'elle n'est une activité que l'on peut commencer ou arrêter selon la situation sur le marché intérieur.

Les exportations peuvent servir à exploiter le savoir-faire unique d'une entreprise sur un plus grand nombre de marchés, à raffermir l'expansion globale à long terme et à accroître la rentabilité d'ensemble de l'entreprise.

Les marchés étrangers n'évoluent pas tous au même rythme, certains étant plus conservateurs que d'autres. Par conséquent, il se peut que vous puissiez prolonger de façon rentable le cycle de vie de vos produits en les introduisant sur des marchés moins avancés après que leur popularité commence à baisser sur les marchés plus avancés. En fait, vous pouvez aussi utiliser vos activités d'exportation pour entreprendre la fabrication de produits qui n'ont pas encore été introduits sur le marché intérieur.

Enfin, vous pouvez également utiliser l'exportation directe pour réduire vos stocks excédentaires à court terme.

Engagement de l'entreprise

Le développement d'un marché étranger prend beaucoup de temps. Il faut pouvoir compter sur le temps et l'engagement des cadres supérieurs et du personnel technique et de vente. Il faut aussi investir de l'argent pour les modifications des produits, les nouveaux emballages, la traduction, l'homologation, l'échantillonnage avant la livraison, la participation aux salons professionnels et aux foires commerciales, et les déplacements pour rencontrer les clients éventuels et pour résoudre les problèmes.

La conclusion de votre première vente pourrait prendre beaucoup de temps et cette dernière pourrait être petite et peu rentable, surtout si vous devez réétiqueter, réemballer ou faire homologuer de nouveau vos produits d'exportation afin de vous conformer aux exigences du code local du bâtiment.

Une façon de juger si vous êtes prêt à exporter consiste à déterminer si vous êtes prêt et apte à consacrer le même niveau d'engagement et de dévouement à vos activités d'exportation que vous le feriez pour toute activité de développement du marché au Canada.

Faire affaire dans un milieu différent

Les exportateurs chevronnés prétendent que chaque heure passée à s'organiser chez soi permet d'en économiser vingt plus tard. Pour maximiser vos chances de réussite, vous devez être organisé convenablement pour faire affaire à distance avant de vous lancer dans l'exportation. Si vous ne savez pas où vous vous en allez, il y a de bonnes chances pour que vous ne vous y rendiez jamais!

Étant donné que l'exportation vous oblige à faire affaire dans un milieu que vous ne connaissez pas, vous seriez mal avisé de dépendre outre mesure de votre expérience sur le marché intérieur. Pour réussir en exportation, une bonne planification et une attention pour les détails sont nécessaires. Parmi les critères clés servant à déterminer si vous êtes prêt à exporter, il y a, entre autres, le choix d'un marché-cible initial, une bonne compréhension de l'exportabilité et de la compétitivité de vos produits et services et une connaissance suffisante des conditions économiques, de la concurrence locale et des canaux de distribution de votre marché-cible ainsi que de la langue, de la culture et des règles et coutumes du commerce sur ce marché.

Vous pouvez juger de la mesure dans laquelle vous êtes prêt à exporter en vous fondant sur votre compréhension du processus d'exportation en général et du mécanisme d'exportation vers votre marché-cible en particulier. Être prêt à exporter suppose aussi des objectifs clairs en matière d'exportation, au niveau du temps, des dépenses, des risques, du volume d'affaires et de la rentabilité, ainsi que des points de décision prédéterminés et clairs pour aller de l'avant ou non ainsi qu'un plan d'action qui indique les tâches, les responsabilités et les ressources.

Si vous répondez aux exigences ci-dessus, vous êtes prêt à exporter, du moins en ce qui concerne la planification. Toutefois, avant de procéder, vous devriez néanmoins examiner de première main le marché sur lequel vous avez l'intention de faire des affaires.

4. Comment composer avec les risques liés à l'exportation

Risques assurables et non assurables

Vous pouvez assurer un chargement ou un placement et vous pouvez vous protéger contre le non-paiement. Toutefois, vous ne pouvez pas vous assurer contre la stagnation des ventes ou le manque de rentabilité. Si vous croyez réellement qu'il existe un marché pour votre produit ou service et qu'il ne s'agit que d'investir plus de temps et d'effort sur ce marché pour réussir, alors votre meilleure et probablement votre seule protection contre l'échec est d'avoir des avantages concurrentiels sûrs et les ressources nécessaires pour tenir bon le temps qu'il faudra.

Pour exporter, il faut disposer d'avantages concurrentiels sur le marché-cible

Pour être prêt à exporter vers un marché donné, vous devez examiner votre avantage concurrentiel dans le contexte de ce marché et agir en conséquence. Pour réussir en exportation, il est important de pouvoir oublier le contexte concurrentiel du marché intérieur et de pouvoir se concentrer sur les besoins, les désirs et la situation concurrentielle sur le marché-cible. Toutes ces grandes fenêtres panoramiques qui constituaient un atout au pays pourraient être un fléau dans les climats tropicaux. La prétention qu'un produit est d'un entretien facile et que l'acheteur peut s'en charger lui-même pourrait être un véritable handicap sur les marchés où tout besoin d'entretien constitue un problème et où l'absence d'entretien est la règle.

La réussite dépend souvent de la capacité de tenir bon

Que prévoyez-vous exporter? Des fenêtres à haut rendement énergétique? Un processus de fabrication de maisons usinées à faible coût? Un logiciel de conception architecturale assistée par ordinateur? Le savoir-faire de votre société en gestion de projets? Quel que soit le produit ou le service en question, préparez-vous à laisser les clients procéder à leur propre rythme. Souvenez-vous que, pour l'importateur, vous êtes celui qui représente la distance, la différence et le risque.

Vous pourriez ne pas réussir à imposer même le meilleur produit sur un marché étranger si vous ou votre agent local n'arrivez pas à tenir bon assez longtemps. Les gens doivent s'habituer à vous. L'achat d'une maison ou d'une composante résidentielle importante est une dépense considérable. Seriez-vous prêt à acheter un produit de ce genre de quelqu'un que vous n'avez jamais vu auparavant et qui pourrait disparaître demain?

Sur certains marchés, notamment au Japon et sur d'autres marchés asiatiques, on ne conclut presque jamais un marché au moment d'une première ou même d'une deuxième visite. Les importateurs asiatiques aiment établir des relations d'affaires à long terme. Une façon d'établir les rapports positifs sur lesquels ils aiment faire fond consiste à maintenir une présence sur place ou à vous rendre régulièrement sur les lieux.

Il faut avoir les bons outils pour faire affaire à distance

Les exportateurs dépendent énormément des communications électroniques. De bonnes capacités de communication sont un facteur clé pour déterminer dans quelle mesure vous êtes prêt à exporter. En raison des différents fuseaux horaires, un bon répondeur automatique ou un bon système de messagerie vocale est essentiel. La capacité de répondre au téléphone et aux communications écrites de votre client éventuel dans sa propre langue est un atout important. Étant donné que les télécopieurs sont le principal moyen de communication entre les exportateurs et les importateurs, les entreprises prêtes à exporter s'assurent de faire brancher leur télécopieur sur une ligne téléphonique distincte ou de disposer d'un logiciel fiable de gestion des téléphones, télécopieurs et modems. De plus en plus de sociétés prêtes à exporter ont une adresse et un site Internet.

Vous avez probablement choisi votre emplacement actuel parce qu'il est bien situé par rapport à votre marché intérieur et à vos principaux fournisseurs. Il en va de même pour les exportations. La facilité et le coût des déplacements et du transport vers le marché étranger visé sont des critères importants pour déterminer vos chances de réussir en tant qu'exportateur sur ce marché.

L'exportation se fait souvent par conteneur de grande capacité et est susceptible d'occasionner une fluctuation considérable de la charge de production à court terme. La capacité de composer avec des fluctuations importantes de la production à court terme est considérée comme extrêmement importante pour le développement d'un marché d'exportation.

5. Le choix d'un marché-cible

Votre degré de préparation à l'exportation dépend de la mesure dans laquelle vous êtes organisé ainsi que de l'exportabilité de vos produits ou services. Mais il dépend aussi, dans une grande mesure, de l'endroit où vous voulez exporter. Dans la présente section, vous choisirez le marché vers lequel vous aimeriez exporter, et dans la suivante, vous apprendrez si vous êtes prêt ou non à exporter vers ce marché.

Choix du marché-cible

Certains pays étrangers, comme les États-Unis, ressemblent beaucoup au Canada au niveau de la langue, de la culture et de l'économie. Étant donné que les industries du logement des deux pays sont organisées plus ou moins de la même façon et que les caractéristiques du marché de l'habitation sont semblables, l'exportation vers les États-Unis est probablement la façon la plus facile de vous lancer dans l'exportation.

La vente au Japon, en Europe, en Europe de l'Est, en Amérique latine ou en Afrique est une toute autre affaire. Par conséquent, être prêt à exporter vers les États-Unis voisins est différent d'être prêt à exporter vers d'autres marchés étrangers.

Dans la présente section, nous vous demanderons de choisir un marché-cible pour commencer vos activités d'exportation. Dans les sections ultérieures, lorsqu'on vous posera une question particulière relative à votre marché-cible, vous donnerez votre réponse en fonction du pays que vous avez choisi comme marché-cible d'exportation. Par exemple, si le Brésil est le marché-cible que vous avez choisi, alors lorsqu'on vous demandera si vous «connaissez la langue d'affaire de votre marché-cible», vous devrez répondre en fonction de votre connaissance du portuguais.

Pourquoi n'en choisir qu'un seul?

L'exportation est déjà suffisamment compliquée et risquée sans qu'on multiplie les coûts et les risques en commençant par viser plusieurs marchés sans rapport les uns avec les autres. En d'autres mots, probablement rien ne vous empêche de choisir l'Amérique centrale comme marché-cible de départ, étant donné que tous les pays de la région partagent, dans une certaine mesure, la même langue, la même culture et beaucoup de préoccupations liées au logement. Il serait beaucoup plus risqué de considérer l'Europe de l'Est comme un seul marché du logement homogène, étant donné que la langue, la culture, l'économie et d'autres facteurs importants varient considérablement d'un pays à l'autre.

Questionnaire

Sélection du marché-cible

En utilisant une source d'information comme l'«*Aperçu des débouchés extérieurs pour le secteur canadien de l'habitation*» (SCHL, 1996), le choix d'un marché-cible se fait en suivant les cinq étapes suivantes.

La première étape dans le choix de votre marché d'exportation cible doit viser à déterminer le degré maximal de différence que vous êtes prêt à tolérer. Cela se fait en choisissant une option parmi les suivantes, l'optionA représentant la différence la moins grande, et l'optionD, la plus grande.

Est-ce que votre produit ou service est plus susceptible d'être vendu :

A. Dans une économie pleinement développée (p.ex., États-Unis, Japon, Europe de l'Ouest)?
B. Une économie en pleine croissance (p.ex., Corée, Thaïlande, Israël, Chili)?
C. Une économie en transition (p.ex., Brésil, République tchèque, Égypte, Afrique du Sud)?
D. Une économie moins développée (p.ex., Haïti, Mali, Burundi)?

Indiquez votre choix : A ☐ B ☐ C ☐ D ☐

La deuxième étape porte encore sur la «différence», mais plus précisément sur les différences linguistiques et culturelles. À ce stade, vous devez décider si vous êtes disposé à faire des affaires sur un marché très différent sur les plans culturel et linguistique, comme le Japon, ou si vous voulez commencer à exporter vers un pays présentant un minimum de différences culturelles et linguistiques par rapport au Canada.

A. Différences minimales (p. ex., États-Unis, Royaume-Uni, Australie)
B. Différences modérées (p. ex., Europe de l'Ouest, Mexique)
C. Différences extrêmes (p. ex., Japon, Chine, Ukraine)

Indiquez votre choix : A ☐ B ☐ C ☐

Veuillez noter que votre choix à la deuxième étape doit être compatible avec votre choix à la première. Par exemple, si vous avez choisi D (pays moins développés) à l'étape1, vous choisirez probablement B ou C à l'étape2 puisqu'aucun pays moins développé ne présente des différences minimales par rapport au Canada.

Après avoir considérablement réduit votre choix aux deux premières étapes, vous devez maintenant décider si vous êtes prêt à faire affaire avec des clients éloignés ou si vous préférez commencer à exporter vers des marchés moins lointains.

Questionnaire (suite)

A. Proches (p. ex., États-Unis, Mexique, Caraïbes)
B. D'accès facile (p. ex., Europe de l'Ouest, Asie, Amérique latine)
C. Difficile d'accès (p. ex., Afrique, Viêt-Nam)

Indiquez votre choix : A ☐ B ☐ C ☐

La quatrième étape de la sélection d'un marché-cible consiste à choisir le degré de risque. À ce stade, quel degré de risque commercial ou politique ou lié au taux de change et à d'autres facteurs êtes-vous prêt à assumer?

A. Très faible ou nul (p.ex., É.-U., Europe de l'Ouest)
B. Limité (p.ex., Asie, Amérique latine)
C. Aussi élevé qu'il le faut si les débouchés le justifient (p. ex., Chine, Cuba, Russie)

Indiquez votre choix : A ☐ B ☐ C ☐

La dernière étape a trait à l'accessibilité. Il est plus facile de faire affaire avec des pays qui ont conclu des accords de libre-échange avec le Canada, comme les États-Unis, le Mexique, et bientôt, le Chili. Il est plus difficile d'exporter vers des pays ayant des contingents d'importation, des contrôles du change étranger, des prescriptions relatives à la teneur en éléments locaux ou qui imposent d'autres obstacles à l'accès à leur marché.

Examinez la liste de pays (elle devrait maintenant être relativement courte) que vous avez établie après les quatre premières étapes de votre processus de sélection. Lesquels sont les plus accessibles?

Pays le(s) plus accessible(s) :

_____

_____

_____

Dans des circonstances normales, voilà le pays ou le petit groupe de pays semblables que vous devez choisir comme premier marché-cible d'exportation.

6. Évaluation de votre degré de préparation à l'exportation

Cet outil d'auto-évaluation est destiné aux individus et aux sociétés qui n'ont pas encore commencé à exporter directement ou qui ne se sont pas engagés dans des formes plus avancées d'activités commerciales internationales comme la concession de licences, le franchisage ou le partenariat. Après que vous aurez répondu aux questions dans chaque section, le guide vous permettra d'évaluer la mesure dans laquelle vous êtes globalement prêt à exporter et fera certaines recommandations préliminaires. Si vous constatez que vous êtes prêt à exporter, félicitations. Toutefois, si vous vous rendez compte qu'il vous reste des faiblesses importantes à éliminer, mais que vous voulez néanmoins vous lancer dans l'exportation, vous devriez consulter le guide intitulé *Comment vous préparer à l'exportation*, qui est un guide pratique pour remédier aux carences qui font que vous n'êtes pas prêt à exporter.

Dans la section qui suit, vous découvrirez si vous avez l'infrastructure, l'expérience, les ressources, les produits, les motifs et l'engagement global de votre compagnie qui sont nécessaires pour que vous soyez considéré comme une entreprise prête à exporter. Ce guide d'auto-évaluation a pour but de faire en sorte que vous soyez prêt à exporter avant de vous aventurer sur votre marché-cible choisi.

Faire affaire à distance

Questionnaire

Avez-vous de solides assises à domicile?

Répondez à chaque question en cochant la case appropriée. Ne cochez qu'une seule case par question.

1. *Votre entreprise est en affaire depuis :*

   a) moins de deux ans ☐
   b) deux à cinq ans ☐
   c) six à dix ans ☐
   d) plus de dix ans ☐

2. *Combien d'employés à plein temps avez-vous :*

   a) moins de vingt à plein temps ☐
   b) de 20 à 49 à plein temps ☐
   c) de 50 à 99 à plein temps ☐
   d) plus de 100 employés à plein temps ☐

3. *L'an passé, votre chiffre d'affaires brut a atteint :*

   a) moins de 1 million de dollars ☐
   b) entre 1 et 4 millions de dollars ☐
   c) entre 5 et 10 millions de dollars ☐
   d) plus de 11 millions de dollars ☐

4. *Pendant les cinq dernières années, les ventes de votre entreprise ont :*

   a) diminué ou stagné ☐
   b) progressé moins que le marché intérieur ☐
   c) n'ont pas atteint le potentiel du marché ☐
   d) ont atteint le potentiel du marché ☐

5. *Les objectifs actuels de la société sont axés sur :*

   a) la survie à court terme ☐
   b) la rentabilité immédiate ☐
   c) une croissance modérée des ventes ☐
   d) une croissance importante des ventes ☐

6. *Votre entreprise vend-elle ses produits et services :*

   a) principalement à des clients locaux ☐
   b) dans une seule région canadienne ☐
   c) dans plusieurs régions canadiennes ☐
   d) à l'échelle nationale ☐

7. *Votre entreprise :*

   a) n'a jamais exportés ☐
   b) a réalisé certaines ventess dans les états voisins des É.-U. ☐
   c) a exporté en vendant à des agents ou d'autres intermédiaires au Canada ☐
   d) a eu ses produits inclus en tant que composantes de produits d'exportation d'autres compagnies ☐

Questionnaire (suite)

8. *Satisfaisez-vous aux exigences ISO-9000 ou à d'autres normes de qualité pertinentes de l'ISO?*

a) Non ☐
b) Tôt ou tard ☐
c) Bientôt, nous y travaillons ☐
d) Oui ☐

9. *D'après vous, comment la qualité de vos produits se compare-t-elle à celle de vos concurrents?*

a) Un peu inférieure ☐
b) Égale ☐
c) Légèrement supérieure ☐
d) Définitivement supérieure ☐

Veuillez indiquer combien de réponses A, B, C et D vous avez obtenues dans la section précédente. En utilisant les valeurs indiquées, calculez les points cumulatifs pour cette section.

Exemple : Si vous avez choisi A trois fois, B trois fois, C deux fois et D une fois, vous devriez remplir le tableau des points de la façon suivante :

Choix	Fréquence		Valeur		Points cumulatifs
A	3	x	0	=	0
B	3	x	1	=	3
C	2	x	2	=	4
D	1	x	3	=	3
Total des points					10 points

FORCE À DOMICILE

Choix	Fréquence		Valeur		Points cumulatifs
A	___	x	0	=	___
B	___	x	1	=	___
C	___	x	2	=	___
D	___	x	3	=	___
Total des points					___ points

Questionnaire (suite)

Interprétation

Si vous avez obtenu entre 0 et 9 points, il semble que votre entreprise ne réponde pas à quelques uns des critères fondamentaux qu'on associe généralement aux sociétés prêtes à exporter. À moins que vous n'obteniez un nombre élevé de points dans les sections suivantes, vous devriez envisager de retarder vos activités d'exportation en attendant que votre entreprise devienne plus solide.

Si vous avez obtenu entre 10 et 19 points, votre entreprise répond à quelques-unes des exigences liées à sa force sur le marché intérieur qu'elle doit remplir pour être prête à exporter, mais il lui manque encore certaines composantes clés.

Si vous avez obtenu entre 20 et 27 points, votre entreprise semble avoir les caractéristiques fondamentales, au niveau de la solidité sur le marché intérieur, qui la rendent prête à exporter. Toutefois, pour être complètement prêt à exporter, vous devrez répondre à beaucoup plus de critères. Pour être véritablement prêt à exporter, il vous faudra également satisfaire aux exigences décrites dans les autres sections de ce guide.

Questionnaire

Est-ce que vos produits ou services sont faciles à exporter?

Répondez à chaque question en cochant la case appropriée. Ne cochez qu'une seule case par question.

1. *Aucune formation poussée n'est nécessaire pour installer, faire fonctionner ou utiliser nos produits*
   - a) Vrai ☐
   - b) Faux ☐
   - c) Ne sais pas/sans objet ☐

2. *Nos produits nécessitent peu de soutien après vente*
   - a) Vrai ☐
   - b) Faux ☐
   - c) Ne sais pas/sans objet ☐

3. *Nos produits peuvent facilement être adaptés à plusieurs besoins différents*
   - a) Vrai ☐
   - b) Faux ☐
   - c) Ne sais pas/sans objet ☐

4. *Nos produits présentent des avantages considérables par rapport à ceux de la concurrence sur le plan technologique ou de l'efficience*
   - a) Vrai ☐
   - b) Faux ☐
   - c) Ne sais pas/sans objet ☐

5. *Nos prix sont un peu plus bas que ceux de nos principaux concurrents internationaux*
   - a) Vrai ☐
   - b) Faux ☐
   - c) Ne sais pas/sans objet ☐

6. *Il est possible de démonter les produits pour abaisser les frais d'expédition ou les droits*
   - a) Vrai ☐
   - b) Faux ☐
   - c) Ne sais pas/sans objet ☐

7. *Le climat a peu d'impact sur l'utilité ou la durabilité de nos produits ou services*
   - a) Vrai ☐
   - b) Faux ☐
   - c) Ne sais pas/sans objet ☐

8. *Les niveaux du tarif pour ce produit sont généralement bas*
   - a) Vrai ☐
   - b) Faux ☐
   - c) Ne sais pas/sans objet ☐

9. *On peut facilement modifier les produits pour qu'ils répondent aux normes obligatoires des codes du bâtiment étrangers*
   - a) Vrai ☐
   - b) Faux ☐
   - c) Ne sais pas/sans objet ☐

10. *Le produit, l'emballage et l'étiquetage sont faciles à adapter aux exigences des marchés étrangers*
    - a) Vrai ☐
    - b) Faux ☐
    - c) Ne sais pas/sans objet ☐

Questionnaire (suite)

11. Les produits/services de ce genre sont généralement bien connus sur la plupart des marchés étrangers

a) Vrai ☐
b) Faux ☐
c) Ne sais pas/sans objet ☐

Facilité d'exportation

Veuillez indiquer combien de réponses de chaque catégorie (vrai, faux ou ne sais pas/sans objet) vous avez obtenues dans la section précédente. En utilisant les valeurs indiquées, calculez les points cumulatifs et inscrivez le total de points.

Choix	Fréquence		Valeur		Points cumulatifs
Vrai	___	x	1	=	___
Faux	___	x	0	=	___
Ne sais pas/ sans objet	___	x	0	=	___
Total des points					___ points

Interprétation

Si vous avez obtenu entre 0 et 6 points, vos produits et services ne semblent pas facilement exportables (l'accent étant mis sur «facilement»). L'exportation de ces types de produits ou services est susceptible de prendre beaucoup de temps et probablement beaucoup d'argent. Si vous décidez malgré tout d'exporter, vous devriez envisager d'axer vos efforts initiaux sur un marché développé où ce type de produit est déjà bien connu et où l'installation, l'entretien et l'utilisation ne représenteront pas un problème aussi important. Bien sûr, même dans ce cas, il faudrait que vous puissiez offrir des avantages distincts au niveau du rendement ou du prix.

Si vous avez obtenu entre 7 et 11 points, vos produits et services semblent faciles à exporter. Cela devrait vous inciter fortement à envisager l'exportation en tant qu'option, à condition que vous obteniez des résultats aussi favorables dans les autres sections de ce guide d'auto-évaluation.

Questionnaire

Votre entreprise a-t-elle les ressources nécessaires?

Repondez à chaque question en cochant la case appropriée. Ne cochez qu'une seule case par question.

1. *Votre personnel :*
   - a) n'a aucune expérience de l'exportation ☐
   - b) a une certaine expérience de l'exportation ☐
   - c) a une expérience modérée de l'exportation ☐
   - d) a une expérience considérable de l'exportation ☐

2. *Votre personnel :*
   - a) ne connaît pas les cultures et pratiques commerciales étrangères ☐
   - b) a une certaine connaissance des cultures et pratiques commerciales étrangères ☐
   - c) a une connaissance modérée de la culture et des pratiques commerciales du marché-cible ☐
   - d) connaît bien la culture et les pratiques commerciales du marché-cible ☐

3. *Les membres de votre équipe de gestion et de vente :*
   - a) ne connaissent pas les langues étrangères ☐
   - b) ne connaissent pas la langue utilisée sur le marché-cible ☐
   - c) ont une connaissance limitée de la langue utilisée pour les affaires sur le marché-cible ☐
   - d) s'expriment couramment dans les dialectes locaux et le langage utilisé pour les affaires sur le marché-cible ☐

4. *Trouver des sources externes de fonds pour l'expansion ou les fonds de roulement est :*
   - a) très difficile ☐
   - b) difficile ☐
   - c) raisonnablement facile ☐
   - d) très facile ☐

5. *Des ressources financières et humaines supplémentaires pour le développement des marchés à l'étranger :*
   - a) ne sont pas disponibles ☐
   - b) devront venir de la diminution des activités sur le marché intérieur ☐
   - c) peuvent être trouvées sans modification significative des activités intérieures ☐
   - d) sont disponibles sans qu'il soit nécessaire de modifier les activités intérieures ☐

6. *Dans quelle mesure votre entreprise dispose-t-elle d'une capacité excédentaire?*
   - a) L'entreprise n'a pas de capacité de production excédentaire ☐
   - b) Il serait assez difficile pour l'entreprise d'exécuter les commandes étrangères ☐
   - c) L'entreprise pourrait remplir les commandes étrangères avec quelques retards ☐
   - d) L'entreprise pourrait remplir promptement les commandes étrangères ☐

Questionnaire (suite)

Ressources de l'entreprise

Veuillez indiquer combien de réponses A, B, C et D vous avez obtenues dans la section précédente. En utilisant les valeurs indiquées, calculez les points cumulatifs et inscrivez le total des points.

Choix	Fréquence		Valeur		Points cumulatifs
A	___	x	0	=	___
B	___	x	1	=	___
C	___	x	2	=	___
D	___	x	3	=	___
Total des points					___ points

Interprétation

Si vous avez eu entre 0 et 6 points, votre entreprise semble ne pas disposer de quelques-unes des ressources fondamentales qu'on associe généralement aux entreprises prêtes à exporter. À moins que vous n'obteniez un nombre élevé de points dans la plupart des autres sections, vous devriez envisager de reporter vos activités d'exportation pendant que vous rassemblez les ressources supplémentaires requises.

Si vous avez obtenu entre 7 et 13 points, votre société répond à quelques-uns des besoins de ressources nécessaires pour être prête à exporter, mais il semble qu'il lui manque encore certaines ressources clés.

Si vous avez recueilli entre 14 et 18 points, votre entreprise semble disposer de la plupart des ressources humaines, financières et de production de base dont elle a besoin pour être prête à exporter. Toutefois, pour qu'une entreprise soit complètement prête à exporter, la disponibilité des ressources fondamentales n'est pas suffisante. Pour être véritablement prêt à exporter, vous devrez aussi satisfaire aux exigences dont traitent les autres sections de ce guide d'auto-évaluation.

Questionnaire

Pourquoi voulez-vous exporter?

Répondez à chaque question en cochant la case appropriée. Ne cochez qu'une seule case par question.

Je veux exporter pour :

1. *tirer parti d'un client du marché-cible qui m'a acheté des produits et les a expédiés lui-même*
   - a) Vrai ☐
   - b) Faux ☐
   - c) Ne sais pas/sans objet ☐

2. *profiter des possibilités de vente créées par quelqu'un qui a recommandé mon produit*
   - a) Vrai ☐
   - b) Faux ☐
   - c) Ne sais pas/sans objet ☐

3. *tirer parti de ventes antérieures par un agent indépendant actif sur ce marché*
   - a) Vrai ☐
   - b) Faux ☐
   - c) Ne sais pas/sans objet ☐

4. *disposer de stocks excédentaires sur le marché intérieur*
   - a) Vrai ☐
   - b) Faux ☐
   - c) Ne sais pas/sans objet ☐

5. *utiliser plus efficacement la capacité de production de mon entreprise*
   - a) Vrai ☐
   - b) Faux ☐
   - c) Ne sais pas/sans objet ☐

6. *stabiliser les fluctuations saisonnières du marché*
   - a) Vrai ☐
   - b) Faux ☐
   - c) Ne sais pas/sans objet ☐

7. *améliorer les occasions globales d'expansion à long terme*
   - a) Vrai ☐
   - b) Faux ☐
   - c) Ne sais pas/sans objet ☐

8. *prolonger le cycle de vie des produits existants*
   - a) Vrai ☐
   - b) Faux ☐
   - c) Ne sais pas/sans objet ☐

9. *réduire les risques futurs liés au cycle du marché en vendant sur différents marchés*
   - a) Vrai ☐
   - b) Faux ☐
   - c) Ne sais pas/sans objet ☐

10. *exploiter les avantages et le savoir-faire technologique de l'entreprise sur des marchés plus nombreux*
    - a) Vrai ☐
    - b) Faux ☐
    - c) Ne sais pas/sans objet ☐

Questionnaire (suite)

11. améliorer le rendement global des investissements

a) Vrai ☐
b) Faux ☐
c) Ne sais pas/sans objet ☐

12. acquérir de nouvelles connaissances et de l'expérience utiles pour notre marché intérieur

a) Vrai ☐
b) Faux ☐
c) Ne sais pas/sans objet ☐

Motifs de l'entreprise

Veuillez indiquer combien de réponses des trois catégories (vrai, faux et ne sais pas/sans objet) vous avez eues dans la section précédente. En utilisant les valeurs indiquées, calculez les points cumulatifs et inscrivez le total des points.

Choix	Fréquence		Valeur		Points cumulatifs
Vrai	___	x	1	=	___
Faux	___	x	0	=	___
Ne sais pas/ sans objet	___	x	0	=	___
Total des points					___ points

Interprétation

Une seule réponse «vrai» pourrait être suffisante pour justifier votre lancement dans l'exportation. Toutefois, plus vous aurez de réponses «vrai», plus votre société a des chances de bénéficier de l'exportation.

Si vous obtenez 7 points ou plus, cela indique que, du point de vue de la motivation, vous êtes prêt à exporter et que vous devriez probablement considérer l'exportation comme une priorité.

Questionnaire

Quel est le degré d'engagement de l'entreprise?

Répondez à chaque question en cochant la case appropriée. Ne cochez qu'une seule case par question.

1. *La direction appuie le projet d'exportation*

   a) Vrai ☐
   b) Faux ☐
   c) Ne sais pas/sans objet ☐

2. *La direction veillera à ce qu'il y ait suffisamment d'argent pour payer les coûts du développement des marchés d'exportation*

   a) Vrai ☐
   b) Faux ☐
   c) Ne sais pas/sans objet ☐

3. *La direction est prête à attendre deux ou trois ans avant que les exportations deviennent rentables*

   a) Vrai ☐
   b) Faux ☐
   c) Ne sais pas/sans objet ☐

4. *Les cadres supérieurs passeront au moins 10 % de leur temps à appuyer les efforts d'exportation*

   a) Vrai ☐
   b) Faux ☐
   c) Ne sais pas/sans objet ☐

5. *Les directeurs des ventes et de la production consacreront aussi au moins 10 % de leur temps au soutien des efforts d'exportation*

   a) Vrai
   b) Faux
   c) Ne sais pas/sans objet

6. *La direction voit l'exportation comme une activité prioritaire à long terme qui ne doit pas être réduite lorsque les niveaux locaux des ventes sont élevés*

   a) Vrai ☐
   b) Faux ☐
   c) Ne sais pas/sans objet ☐

Engagement de l'entreprise

Veuillez indiquer combien de réponses des trois catégories (vrai, faux et ne sais pas/sans objet) vous avez obtenues dans la section précédente. En utilisant les valeurs indiquées, calculez les points cumulatifs et inscrivez le total des points.

Choix	Fréquence		Valeur		Points cumulatifs
Vrai	___	x	1	=	___
Faux	___	x	0	=	___
Ne sais pas/ sans objet	___	x	0	=	___
Total des points					___ points

Questionnaire (suite)

Interprétation

Si vous avez obtenu entre 0 et 3 points, l'engagement de votre entreprise à l'égard de l'exportation semble plutôt faible. Il est dangereux d'entreprendre des activités d'exportation sans pouvoir compter sur un engagement ferme à l'échelle de l'entreprise. Il faut beaucoup de temps et d'effort pour développer les marchés d'exportation. Les personnes qui ont tenté d'exploiter des marchés étrangers sans bénéficier d'un engagement fort de toute la compagnie ont généralement échoué parce qu'ils n'ont pas pu soutenir l'effort et payer le coût de l'entrée sur le nouveau marché. Bien qu'il soit possible de réussir sans l'engagement enthousiaste de l'ensemble de l'entreprise, notamment lorsqu'on connaît du succès au départ, il est risqué de se lancer dans l'exportation sans bénéficier d'un engagement suffisant. À moins que vous n'obteniez un nombre élevé de points dans la plupart des autres sections, ce qui est un signe indiquant que vous pourriez connaître du succès au départ, vous devriez envisager de retarder les activités d'exportation jusqu'à ce que vous soyez parvenu à un degré d'engagement supérieur dans l'ensemble de l'entreprise.

Si vous avez obtenu entre 4 et 6 points, votre entreprise semble avoir le niveau d'engagement nécessaire pour réussir en exportation. L'engagement de l'entreprise est essentiel pour être prêt à exporter. Malheureusement, l'engagement en soi ne garantit pas votre réussite. Pour être tout à fait prêt à exporter, vous devez aussi répondre aux exigences dont il est question dans les autres sections de ce guide d'auto-évaluation.

Faire affaire dans un milieu différent

Dans le chapitre intitulé «Le choix d'un marché-cible», nous vous avons demandé de choisir un premier marché-cible d'exportation. Dans la présente section, vous déterminerez si vous avez les connaissances nécessaires pour être considéré comme une entreprise prête à exporter sur ce marché particulier. Si vous trouvez, à la fin de ce chapitre, qu'il y a trop de facteurs négatifs ou d'inconnus pour le marché-cible que vous aviez choisi, n'hésitez pas à retourner en arrière et à changer votre choix de marché-cible, puis à recommencer cette section.

Indiquez ci-dessous le(s) pays que vous avez choisi(s) comme premier marché-cible (voir la page 12). Vous devrez répondre à toutes les questions sur le marché-cible en gardant ce(s) pays à l'esprit.

_____

_____

_____

Quel est le niveau réel de vos connaissances sur votre marché-cible proposé?

Plus vous connaîtrez votre marché-cible, plus il devrait être facile d'y faire des affaires, à condition qu'il existe une demande pour votre produit ou service. La connaissance est un moyen évident de réduire les différences et les risques.

Certaines gens des milieux d'affaires prétendent que si vous vous limitez à l'exportation, il n'est pas important de connaître votre marché-cible à moins que vous investissiez localement. La connaissance de votre marché-cible pourrait ne pas être importante si vous avez l'intention de vendre votre produit «tel quel», sans l'adapter ou le modifier d'une façon quelconque pour accroître son attrait sur le marché-cible. Mais à moins que vous exportiez un produit de base comme du bois d'oeuvre, du ciment, de l'acier, du verre, etc., vous perdrez probablement beaucoup de débouchés à l'exportation et ferez face à plus de retards, de déceptions et de risques si vous n'êtes pas vraiment bien renseigné sur votre marché-cible.

L'expérience montre que seule une société qui a une bonne connaissance de son marché-cible peut être considérée comme étant prête à exporter sur ce marché particulier.

Questionnaire

Connaissez-vous le pays et les gens?

Répondez à chaque question en cochant la case appropriée. Ne cochez qu'une seule case par question.

1. *Connaissez-vous la taille de la population, la croissance démographique et la densité de peuplement du pays ainsi que la façon dont ces facteurs pourraient influer sur la demande de produits de construction résidentielle?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

2. *Connaissez-vous les données démographiques fondamentales du pays liées à la formation des familles, à la taille des familles, à leur composition, etc. et d'autres facteurs semblables qui pourraient influer sur la demande de produits de construction résidentielle?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

3. *Connaissez-vous les tendances de l'exode rural du pays et d'autres facteurs semblables qui pourraient influer sur la demande de produits de construction résidentielle?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

4. *Connaissez-vous le climat et les variations météorologiques du pays et d'autres facteurs semblables qui pourraient influer sur la demande de produits de construction résidentielle?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

5. *Connaissez-vous la géographie du pays, les distances, ses divers les modes d'expédition et les coûts d'expédition depuis votre usine jusqu'aux marchés les plus probables?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

6. *Savez-vous quels sont la disponibilité, l'abondance et le coût des matériaux de construction et composants importants comme le bois, le ciment, les briques, les plaques de plâtre, les matériaux de couverture, les fenêtres, les portes et d'autres facteurs semblables qui pourraient influer sur la demande de produits de construction résidentielle?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

Questionnaire (suite)

Connaissance du pays et des gens

Veuillez indiquer combien de réponses des deux catégories (oui ou non/ne suis pas certain) vous avez obtenues dans la section précédente. En utilisant les valeurs indiquées, calculez les points cumulatifs et inscrivez le total.

Choix	Fréquence		Valeur		Points cumulatifs
Oui	___	x	1	=	___
Non/ne suis	___	x	0	=	___
Total des points					___ points

Interprétation

Si vous avez obtenu entre 0 et 3 points, vous semblez plutôt mal connaître les caractéristiques du pays et des gens de votre marché visé. Il est dangereux de se lancer dans l'exportation sans un niveau raisonnable de connaissances. Bien qu'il soit possible de réaliser des ventes au début sans connaître le marché visé, vous devriez probablement envisager de reporter vos efforts d'exportation jusqu'à ce que vous appreniez à mieux connaître les données de base sur le pays. Vous pourriez vous rendre compte que le marché présente moins de possibilités que vous ne l'aviez cru au départ et que vous auriez avantage à concentrer vos efforts sur un autre marché.

Si vous avez recueilli entre 4 et 6 points, vous semblez avoir au moins une connaissance de base du pays et des gens de votre marché-cible. Les connaissances de ce genre sont importantes pour être prêt à exporter. Veuillez vérifier si vous avez un niveau de connaissances semblable sur les autres domaines clés du marché dont il est question ci-dessous.

Questionnaire

Êtes-vous bien renseigné sur la politique et l'économie locales?

Répondez à chaque question en cochant la case appropriée. Ne cochez qu'une seule case par question.

1. *Connaissez-vous bien le régime politique sur votre marché-cible et ses politiques sur le commerce en général, le logement et l'industrie du logement en particulier et l'importation de produits et services liés au logement?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

2. *Avez-vous une bonne idée de la stabilité politique du pays?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

3. *Savez-vous si le logement est une priorité gouvernementale à long terme dans ce pays?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

4. *La croissance du marché du logement est-elle particulièrement importante dans le secteur du logement social, des immeubles d'appartements ou des maisons individuelles privées, et les tendances du marché sont-elles compatibles avec le produit ou service que vous voulez exporter vers ce pays?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

5. *Connaissez-vous bien la situation en ce qui a trait à l'inflation, à la disponibilité de crédit hypothécaire, aux mesures de stabilisation et de contrôle des changes et à leur impact possible sur l'importation continue de logements et produits et services de construction résidentielle?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

6. *Connaissez-vous bien les aspects du revenu par habitant, de la répartition des revenus et des habitudes de dépense qui influent sur la demande de logement et de produits et services de construction résidentielle?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

Questionnaire (suite)

Connaissance de la politique et de l'économie locales

Veuillez indiquer combien de réponses des deux catégories (oui ou non/ne suis pas certain) vous avez obtenues dans la section précédente. En utilisant les valeurs indiquées, calculez les points cumulatifs et inscrivez le total.

Choix	Fréquence		Valeur		Points cumulatifs
Oui	___	x	1	=	___
Non/ne suis pas certain	___	x	0	=	___
Total des points					___ points

Interprétation

Si vous avez eu entre 0 et 3 points, vous ne semblez pas avoir un niveau de connaissances très élevé des caractéristiques politiques et économiques fondamentales de votre marché-cible. Comme dans le cas des connaissances sur le pays et les gens, il est dangereux d'entreprendre des activités d'exportation sans avoir un niveau de connaissances raisonnable. Vous devriez probablement envisager de reporter vos efforts d'exportation jusqu'à ce que vous appreniez à mieux connaître les caractéristiques fondamentales du pays.

Si vous avez obtenu entre 4 et 6 points, vous semblez avoir au moins une connaissance de base des caractéristiques politiques et économiques de votre marché-cible. Les connaissances de ce genre sont importantes pour être prêt à exporter, mais elles ne sont pas suffisantes pour assurer votre succès. Veuillez vérifier si vous avez un niveau semblable de compréhension des autres facteurs clés du marché dont il est question dans cette section.

Questionnaire

Que savez-vous sur la société et sa culture?

Pour qu'une personne puisse acheter un produit, ce dernier doit être offert sur le marché et la personne doit avoir les moyens de l'acheter. Toutefois, même si un produit est disponible et que les consommateurs ont la capacité de payer, cela ne veut pas nécessairement dire qu'ils achèteront le produit, à moins qu'il n'y ait rien d'autre sur le marché. Ce n'est qu'en comprenant la culture et la société d'un pays qu'on arrive à comprendre ce qui motive ses consommateurs. Par conséquent, pour être prêt à exporter vers un pays donné, il est important de connaître le milieu socio-culturel du pays.

Répondez à chaque question en cochant la case appropriée. Ne cochez qu'une seule case par question.

1. *Connaissez-vous bien les aspects du taux d'alphabétisation et du niveau d'instruction du pays qui influent sur la demande de logement et la disponibilité de travailleurs et d'ouvriers qualifiés?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

2. *Connaissez-vous bien les aspects des systèmes de classes ou de castes du pays qui influent sur la demande de logement et de produits et services de construction résidentielle?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

3. *Connaissez-vous bien les aspects des principaux cultes religieux et de leurs croyances et des codes de la morale et de l'éthique qui influent sur la demande de logement et de produits et services liés au logement?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

4. *Connaissez-vous bien l'attitude des gens à l'égard des produits étrangers en général et des produits canadiens du secteur de l'habitation en particulier?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

5. *Connaissez-vous bien la principale langue utilisée pour les affaires dans le pays?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

6. *Connaissez-vous bien les principales langues indigènes du pays?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

Questionnaire (suite)

Connaissance de la société et de la culture

Veuillez indiquer combien de réponses des deux catégories (oui ou non/ne suis pas certain) vous avez obtenues dans la section précédente. En utilisant les valeurs indiquées, calculez les points cumulatifs et inscrivez le total.

Choix	Fréquence		Valeur		Points cumulatifs
Oui	___	x	1	=	___
Non/ne suis pas certain	___	x	0	=	___
Total des points					___ points

Interprétation

Si vous avez eu entre 0 et 3 points, vous semblez ne pas très bien connaître la société et la culture du marché-cible. Cela est susceptible de rendre l'adaptation des produits aux marchés et même les négociations plus difficiles et pourrait donner lieu à des résultats décevants. Vous devriez probablement envisager de reporter vos efforts d'exportation jusqu'à ce que vous appreniez à mieux connaître les caractéristiques fondamentales du pays.

Si vous avez obtenu entre 4 et 6 points, vous semblez avoir au moins une connaissance de base de la société et de la culture de votre marché-cible. Grâce à votre compréhension de la société et de la culture du pays, il devrait être plus facile pour vous d'adapter vos produits et votre publicité au milieu local. Cela devrait aussi vous aider à mener à bien les négociations avec les clients et fonctionnaires locaux. Dans l'ensemble, la connaissance de la société, de la culture et de la langue devrait atténuer les effets des différences et le risque. Cela pourrait même vous plaire au niveau personnel. Les connaissances de ce genre sont importantes pour vous préparer à exporter, mais comme d'habitude, cela ne suffit pas pour assurer votre réussite. Veuillez vérifier si vous avez un niveau de compréhension semblable des autres domaines clés de connaissances du marché dont il est question dans cette section.

Questionnaire

Que savez-vous sur l'accessibilité du marché?

Toutes les possibilités et les connaissances du marché ne vous seront probablement d'aucune utilité si le marché n'est pas accessible en raison de barrières commerciales ou d'autres formes de restrictions au commerce. La connaissance des obstacles est une composante importante de la préparation à l'exportation vers un marché particulier.

Répondez à chaque question en cochant la case appropriée. Ne cochez qu'une seule case par question.

1. *Êtes-vous au courant de l'existence ou de la modification imminente de restrictions au commerce, de quotas, de tarifs, de barrières non tarifaires ou d'accords commerciaux multilatéraux qui pourraient influer sur l'industrie locale du logement et(ou) l'importation de logements et de produits et services liés au logement?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

2. *Êtes-vous au courant de règlements existants ou imminents de prescription relative à la teneur en éléments locaux ou d'autres mesures législatives restrictives qui pourraient influer sur l'industrie locale de l'habitation et(ou) sur l'importation de logements et de produits et services liés au logement?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

3. *Connaissez-vous bien les pratiques commerciales des fonctionnaires des douanes, des fonctionnaires municipaux et d'autres fonctionnaires qui pourraient influer sur l'approbation de l'importation de logements, de composantes et de produits et services connexes?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

4. *Savez-vous si les banques canadiennes acceptent les lettres de crédit émises par les banques de ce pays et si la Société pour l'expansion des exportations assurera vos exportations?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

5. *Connaissez-vous bien la documentation et les autres règlements sur les importations qui s'appliquent aux importations de produits et services de construction résidentielle?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

6. *Savez-vous s'il est possible de trouver les constructeurs, promoteurs, rénovateurs, points de distribution ou ouvriers nécessaires pour traiter, distribuer, installer et entretenir le type de produit ou service que vous voulez exporter?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

Questionnaire (suite)

Connaissance de l'accessibilité du marché

Veuillez indiquer combien de réponses des deux catégories (oui ou non/ne suis pas certain) vous avez obtenues. En utilisant les valeurs indiquées, calculez les points cumulatifs et inscrivez le total.

Choix	Fréquence		Valeur		Points cumulatifs
Oui	___	x	1	=	___
Non/ne suis pas certain	___	x	0	=	___
Total des points					___ points

Interprétation

Si vous avez obtenu entre 0 et 3 points, vous semblez ne pas être très bien renseigné sur l'accessibilité de votre marché cible. Si vous tentez d'exporter vers un pays sans d'abord vous assurer de l'accessibilité de son marché, vous pourriez être déçu et perdre beaucoup de temps et d'argent. Bien que l'accessibilité ne soit pas en soi une garantie de succès et de profits, elle est une condition préalable importante. Vous devriez définitivement envisager de reporter vos efforts d'exportation jusqu'à ce que vous appreniez à mieux connaître les caractéristiques fondamentales du pays, notamment si vous avez répondu par la négative à la question 6.

Si vous avez obtenu entre 4 et 6 points, vous semblez avoir au moins une connaissance de base de l'accessibilité de votre marché-cible, surtout si vous avez répondu par l'affirmative à la question 6. Les connaissances de ce genre sont un élément important de la préparation à l'exportation, mais elles ne sont pas suffisantes pour assurer la réussite. Veuillez vérifier si vous avez un niveau de compréhension semblable des autres domaines clés de connaissances du marché dont il est question dans cette section.

Questionnaire

Avez-vous dressé un plan d'exportation?

En dressant un bon plan d'exportation, vous vous assurerez d'avoir relevé tous les principaux obstacles à la réussite de vos projets d'exportation et d'avoir mis au point des stratégies, calendriers et ressources appropriés. Pour être prête à exporter, une société doit avoir un bon plan d'exportation.

Répondez à chaque question en cochant la case appropriée. Ne cochez qu'une seule case par question.

1. *Avez-vous un plan d'exportation officiel?*
   - a) Oui ☐
   - b) Non/ne suis pas certain ☐

2. *Savez-vous quels produits ou services particuliers vous tenterez d'exporter?*
   - a) Oui ☐
   - b) Non/ne suis pas certain ☐

3. *Votre plan donne-t-il un aperçu des ressemblances et des différences importantes entre votre marché intérieur et le marché-cible étranger proposé?*
   - a) Oui ☐
   - b) Non/ne suis pas certain ☐

4. *Avez-vous défini un segment particulier du marché pour commencer?*
   - a) Oui ☐
   - b) Non/ne suis pas certain ☐

5. *Savez-vous comment votre type de produit est distribué et commercialisé dans ce pays?*
   - a) Oui ☐
   - b) Non/ne suis pas certain ☐

6. *Avez-vous établi vos objectifs de vente à l'exportation pour les premiers 6, 12, 18 et 24 mois?*
   - a) Oui ☐
   - b) Non/ne suis pas certain ☐

7. *Avez-vous établi clairement des dates pour prendre la décision d'aller de l'avant ou non ainsi que des objectifs de vente?*
   - a) Oui ☐
   - b) Non/ne suis pas certain ☐

8. *Avez-vous une liste d'importateurs ou de clients éventuels sur le marché-cible?*
   - a) Oui ☐
   - b) Non/ne suis pas certain ☐

9. *Avez-vous une liste de publications, de missions commerciales, de foires commerciales, etc. à utiliser pour promouvoir votre produit sur le marché-cible?*
   - a) Oui ☐
   - b) Non/ne suis pas certain ☐

10. *Avez-vous le budget et les autres ressources nécessaires pour mettre en oeuvre votre plan d'exportation?*
    - a) Oui ☐
    - b) Non/ne suis pas certain ☐

Questionnaire (suite)

Plan d'exportation

Veuillez indiquer combien de réponses de chaque catégorie (oui ou non/ne suis pas certain) vous avez obtenues dans la section précédente. En utilisant les valeurs indiquées, calculez les points cumulatifs et inscrivez le total.

Choix	Fréquence		Valeur		Points cumulatifs
Oui	___	x	1	=	___
Non/ne suis pas certain	___	x	0	=	___
Total des points					___ points

Interprétation

Si vous avez recueilli entre 0 et 3 points, vous ne semblez pas avoir un plan, ou du moins un plan bien structuré. Il est à la fois dangereux et inutile de se lancer dans l'exportation sans avoir un plan. S'il vous manque une grande partie des renseignements nécessaires, nous vous conseillons de les obtenir avant de commencer à investir un temps et des sommes considérables. Vous devriez envisager d'élaborer un plan d'exportation, même si vous devez le modifier et le mettre à jour fréquemment. En ce moment, vous n'êtes pas prêt à exporter et vous devriez probablement envisager de reporter vos efforts d'exportation jusqu'à ce que vous soyez mieux préparé.

Si vous avez obtenu entre 4 et 7 points, vous semblez avoir fait une certaine planification, bien que vous n'ayez probablement pas un plan officiel structuré. Vous devriez au moins vous assurer d'avoir tenu compte de tous les principaux sujets, et un plan officiel vous aiderait considérablement à atteindre ce but. Il n'est pas nécessaire qu'un plan d'exportation soit compliqué; un ensemble de fiches liées à un ensemble de dossiers peut être suffisant. Par ailleurs, si vous avez l'intention de vous adresser à une banque ou à la Société pour l'expansion des exportations (SEE) du Canada pour demander un financement ou de l'assurance, un document mieux structuré est préférable.

Si vous avez obtenu entre 8 et 10 points, vous semblez avoir la plupart des éléments d'un bon plan d'exportation formel. Même un bon plan d'exportation devra être modifié et mis à jour de temps à autre, mais il devrait vous aider à obtenir un financement de votre banque et de l'aide de la SEE. En plus, un bon plan s'avère habituellement d'une aide inestimable pour maintenir l'engagement de l'entreprise malgré les retards et les déceptions inévitables. De toute façon, un plan d'exportation simple et réaliste est considéré comme la marque d'une société prête à exporter.

Comment atténuer les risques

Dans la présente section, vous déterminerez si vous comprenez le financement, l'assurance et l'aide à l'exportation suffisamment bien pour être considéré comme étant prêt à exporter et si vous avez la capacité de persévérer jusqu'à ce que les marchés deviennent rentables. Vous pourrez aussi vérifier si votre plan d'exportation reflète bien la réalité. Et en dernier, mais non pas ordre d'importance, vous pourrez déterminer si vous êtes réellement prêt à faire des affaires à l'étranger. Ceci n'est pas un test; ce guide d'auto-évaluation a pour but de vous aider à vous assurer que vous êtes prêt à exporter.

Questionnaire

Connaissez-vous bien les tenants et aboutissants du financement, de l'assurance et de l'aide à l'exportation?

Combien de vos clients sur le marché intérieur payent comptant à la livraison? Combien d'entre eux accepteraient ou seraient capables de déposer cet argent dans un compte bloqué 30, 60 ou même 90 jours à l'avance? Bien que la plupart des exportateurs débutants insistent sur le paiement par lettre de crédit, l'octroi de crédit à un client étranger se traduit généralement par des ventes plus nombreuses et plus importantes. Par ailleurs, cela représente des risques considérables. Dans la présente section, nous vérifierons vos connaissances des programmes d'aide à l'exportation, du financement des exportations et des mécanismes d'assurance connexes, qui sont tous des éléments clés dans la préparation à l'exportation.

Répondez à chaque question en cochant la case appropriée. Ne cochez qu'une seule case par question.

1. *Savez-vous comment obtenir des fonds de roulement supplémentaires pour répondre aux besoins d'exportation?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

2. *Savez-vous à qui vous adresser pour obtenir un financement pour l'acheteur?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

3. *Savez-vous comment vous assurer contre le non-paiement, autrement que par les lettres de crédit?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

4. *Savez-vous comment transformer vos créances à l'exportation en argent comptant?*

   a) Oui
   b) Non/ne suis pas certain

5. *Connaissez-vous les programmes fédéraux et provinciaux d'aide à l'exportation qui pourraient vous aider à payer les frais de déplacement jusqu'à votre marché-cible, les études de marché et la participation aux missions commerciales et salons professionnels?*

   a) Oui
   b) Non/ne suis pas certain

Questionnaire (suite)

Gestion des risques

Veuillez indiquer combien de réponses de chaque catégorie (oui ou non/ne suis pas certain) vous avez obtenues dans la section précédente. En utilisant les valeurs indiquées, calculez les points cumulatifs et inscrivez le total.

Choix	Fréquence		Valeur		Points cumulatifs
Oui	___	x	1	=	___
Non/ne suis pas certain	___	x	0	=	___
Total des points					___ points

Interprétation

Si vous avez obtenu entre 0 et 3 points, vous ne semblez pas avoir une connaissance complète des possibilités de financement, d'assurance et d'aide, surtout si vous avez répondu «non» à la question 5. La connaissance de ces occasions pourrait être très importante pour vous permettre de réussir sur les marchés d'exportation. À l'heure actuelle, vous n'êtes pas prêt à exporter et vous devriez probablement envisager de reporter vos efforts d'exportation pendant un court moment, jusqu'à ce que vous soyez mieux préparé. Si vous voulez néanmoins aller de l'avant, vous devriez envisager de choisir un pays à très faible risque comme premier marché d'exportation.

Si vous avez recueilli entre 4 et 6 points et à condition que vous ayez répondu «oui» à la question 5, vous semblez avoir une compréhension générale passable à bonne des programmes de financement, d'assurance et d'aide à l'exportation. Cela devrait vous aider considérablement à établir une clientèle étrangère et à réduire vos coûts et risques. Cela semble être une autre étape positive dans votre préparation globale à l'exportation.

Questionnaire

Avez-vous la capacité de tenir bon?

Bien que cela soit possible, vous ne devriez pas vous attendre à réaliser des ventes considérables au moment du premier contact. En règle générale, vous devrez patienter des mois et souvent un an ou deux avant de conclure votre première vente importante. Entre-temps, les coûts de reformulation, de traduction, d'échantillonnage avant la livraison, de déplacement et de participation aux salons et missions sont susceptibles de représenter un investissement considérable. Avez-vous les ressources humaines et financières nécessaires pour attendre?

Répondez à chaque question en cochant la case appropriée. Ne cochez qu'une seule case par question.

1. *Seriez-vous capable de soutenir vos efforts de développement du marché d'exportation avec un volume de ventes ou des bénéfices à l'exportation faibles ou nuls pendant un an ou deux?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

2. *Votre entreprise génère-t-elle des mouvements de trésorerie positifs et stables?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

3. *Est-ce que vous maintiendriez vos efforts d'exportation si le marché intérieur prenait de l'expansion, ou se rétractait?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

4. *Est-ce qu'il est possible qu'au cours des deux prochaines années, un autre marché étranger devienne plus attrayant que celui-ci, et dans l'affirmative, que feriez-vous :*

   a) j'abandonnerais celui-ci et me concentrerais sur le marché plus attrayant ☐
   b) je continuerais de développer celui-ci, ainsi que le marché plus attrayant ☐

5. *Votre entreprise peut-elle composer avec une hausse soudaine de la demande?*

   a) Non, nous fonctionnons à plein rendement ☐
   b) Oui, nous ne fonctionnons pas à plein rendement, ou nous pouvons recourir à la sous-traitance ☐

Questionnaire (suite)

Capacité de tenir bon

Veuillez indiquer combien de réponses des deux catégories (oui ou non/ne suis pas certain) vous avez eues dans la section précédente. En utilisant les valeurs indiquées, calculez les points cumulatifs et inscrivez le total.

Choix	Fréquence		Valeur		Points cumulatifs
Oui	___	x	1	=	___
Non/ne suis pas certain	___	x	0	=	___
Total des points					___ points

Interprétation

Si vous avez obtenu entre 0 et 3 points, vous ne semblez pas avoir la capacité de tenir le coup nécessaire pour vous engager dans l'exportation sans courir des risques considérables, surtout si vous avez répondu non à la question 1. Dans l'état actuel des choses, vous n'êtes pas prêt à exporter et vous devriez probablement envisager d'autres options, surtout si vous perceviez l'exportation comme un moyen facile et rapide de compenser les difficultés sur le marché intérieur.

Si vous avez recueilli entre 4 et 5 points et à condition d'avoir répondu oui à la question 1, vous pourriez avoir la capacité de tenir le coup nécessaire pour entreprendre un programme d'exportation soutenu. Il s'agit d'un facteur important pour être prêt à exporter.

Questionnaire

Avez-vous fait examiner vos plans?

La planification est essentielle, mais il est presque aussi important de vous assurer que votre plan est complet et réaliste pour votre marché-cible proposé.

Répondez à chaque question en cochant la case appropriée. Ne cochez qu'une seule case par question.

Avez-vous discuté de vos projets d'exportation avec des personnes bien renseignées comme :

1. *D'autres exportateurs canadiens de logements, de composantes de logement, de services professionnels du secteur de l'habitation et(ou) d'exportateurs de produits connexes qui connaissent le pays-cible?*

   a) Oui
   b) Non/ne suis pas certain

2. *Des exportateurs canadiens de produits non concurrents qui connaissent le pays-cible?*

   a) Oui
   b) Non/ne suis pas certain

3. *Du personnel d'aide à la promotion des exportations au sein de votre gouvernement provincial, d'associations de l'industrie, de la SCHL, du ministère des Affaires étrangères ou d'Industrie Canada?*

   a) Oui
   b) Non/ne suis pas certain

4. *Avez-vous assisté à des conférences ou séminaires axés sur le commerce d'exportation, ou encore mieux, sur le commerce sur votre marché-cible?*

   a) Oui
   b) Non/ne suis pas certain

5. *Avez-vous participé à une mission commerciale dans ce pays pendant les trois dernières années?*

   a) Oui
   b) Non/ne suis pas certain

6. *Avez-vous visité ou visiterez-vous le pays avant de mettre la dernière main à votre plan d'exportation et de commencer sa mise en oeuvre?*

   a) Oui
   b) Non/ne suis pas certain

Questionnaire (suite)

Examen externe des plans

Veuillez indiquer combien de réponses des deux catégories (oui ou non/ne suis pas certain) vous avez eues dans la section précédente. En utilisant les valeurs indiquées, calculez les points cumulatifs et inscrivez le total.

Choix	Fréquence		Valeur		Points cumulatifs
Oui	___	x	1	=	___
Non/ne suis pas certain	___	x	0	=	___
Total des points					___ points

Interprétation

Si vous avez obtenu entre 0 et 3 points, vous ne semblez pas avoir prévu de faire examiner vos projets d'exportation pour déterminer s'ils sont réalistes. Est-ce que c'est parce que vous n'avez pas de plan? Lorsqu'on arrive en terrain inconnu, c'est toujours une bonne idée d'établir un plan et de le faire examiner par quelqu'un à l'extérieur de l'entreprise pour voir s'il est raisonnable. C'est un moyen de s'assurer, à faible coût, contre l'embarras, la déception et l'échec. L'examen externe est fortement recommandé et une étape nécessaire pour se préparer à exporter.

Si vous avez recueilli entre 4 et 6 points, félicitations! Vous semblez avoir prévu dans votre processus de planification une forme quelconque de vérification du réalisme de vos projets. Écoutez ce que vos examinateurs externes ont à dire. Si vous avez fait votre recherche consciencieusement, ils vous diront probablement que votre plan montre que vous êtes prêt à exporter.

Questionnaire

Êtes-vous vraiment prêt à faire des affaires?

Alors vous avez choisi un marché-cible, vous l'avez étudié, vous avez acquis une foule de connaissances, appris à parler la langue au moins suffisamment pour vous débrouiller, modifié votre produit pour répondre aux exigences prévues sur le marché et diminué vos coûts pour être en mesure de soutenir la concurrence. Très bien, mais êtes-vous vraiment prêt à exporter? Ou, de façon plus précise, êtes-vous prêt à faire des affaires?

Répondez à chaque question en cochant la case appropriée. Ne cochez qu'une seule case par question.

1. *Avez-vous des cartes d'affaires de bonne qualité dans la(les) langue(s) appropriée(s)?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

2. *Avez-vous une brochure ou des prospectus semblables décrivant votre entreprise, ses produits, sa force, etc. dans la(les) langue(s) appropriée(s)?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

3. *Est-ce que vos cartes d'affaires et brochures comprennent une adresse claire et complète (rue, ville, province, code postal et «Canada»), une personne-ressource, les numéros de téléphone et de télécopieur, y compris le code régional?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

4. *Avez-vous un télécopieur, et a-t-il une ligne distincte de celle de votre téléphone?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

5. *Est-ce que votre réceptionniste peut prendre les appels dans la langue de votre marché-cible, ou au moins, avez-vous désigné quelqu'un pour le faire?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

6. *Avez-vous des échantillons gratuits, des vidéos, des articles de journaux ou de revues concernant votre entreprise ou d'autres matériaux que vous pouvez distribuer aux clients éventuels?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

7. *Vous connaissez probablement vos prix à la sortie de l'usine, mais connaissez-vous vos prix FOB (ou FAB – franco bord), vos prix CIF (ou CAF – coût, assurance, fret) pour ce marché, ainsi que le coût probable à la livraison pour vos clients (ce qui comprend les frais supplémentaires comme les droits, les frais de déchargement, les taxes et le fret local)?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

Questionnaire (suite)

8. *Avez-vous une adresse Internet? Avez-vous un site Web?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

9. *Pouvez-vous offrir une garantie et(ou) des réparations et l'entretien sur place aux clients étrangers?*

   a) Oui ☐
   b) Non/ne suis pas certain ☐

10. *Bénéficiez-vous de la promotion ou de la recommandation de clients actuels sur votre marché intérieur ou de personnes ou d'organisations bien connues sur le marché-cible?*

    a) Oui ☐
    b) Non/ne suis pas certain ☐

11. *Pourriez-vous, en 25 mots ou moins, décrire clairement les différences entre votre entreprise, ses produits et services et ceux de vos trois principaux concurrents sur le marché-cible?*

    a) Oui ☐
    b) Non/ne suis pas certain ☐

Degré de préparation

Veuillez indiquer combien de réponses des deux catégories (oui ou non/ne suis pas certain) vous avez obtenues dans la section précédente. En utilisant les valeurs indiquées, calculez les points cumulatifs et inscrivez le total.

Choix	Fréquence		Valeur		Points cumulatifs
Oui	___	x	1	=	___
Non/ne suis pas certain	___	x	0	=	___
Total des points					___ points

Interprétation

Si vous avez obtenu entre 0 et 6 points, notamment si vous avez répondu «non» aux questions 1 à 7, vous ne semblez pas être tout à fait prêt à aller conclure des transactions d'exportation. La plupart des éléments mentionnés dans cette section sont simples, mais ils sont très importants. Vous devriez envisager d'acquérir la plupart d'entre eux avant de vous lancer dans l'exportation. Si c'est tout ce qu'il vous manque, vous êtes presque prêt à exporter, mais pas tout à fait.

Si vous avez recueilli entre 7 et 11 points, notamment si vous avez obtenu beaucoup de points pour les questions 1 à 7, il semble que vous soyez prêt ou presque prêt à exporter. Passez en revue les éléments qui laissent encore à désirer et essayez de vous préparer le mieux que vous pouvez à exporter.

7. Quel est votre degré global de préparation à l'exportation?

Consultez les (pages 14 à 23) pour déterminer les points que vous avez obtenus dans la section «Faire affaire à distance» et cochez les colonnes appropriées dans le tableau ci-dessous.

Exemple : si vous avez obtenu 14 à la question 1, cochez la colonne deux.

Colonne 1	Colonne 2	Colonne 3
0-9_____	10-19 ___X___	20-27_____

	Colonne 1	Colonne 2	Colonne 3
Solidité des assises à domicile (Total des points - page 16)	0-9_____	10-19_____	20-27_____
Facilité d'exportation (Total des points - page 20)	0-6_____		7-11_____
Ressources de l'entreprise (Total des points - page 22)	0-6_____	7-13 _____	14-18_____
Motifs de l'entreprise (Total des points - page 24)	0_____	1-6 _____	7-11_____
Engagement de l'entreprise (Total des points - page 25)	0-3_____		4-6_____
TOTAL	_____	_____	_____

Reportez le total de chaque colonne ci-dessous, multipliez par les valeurs et faites la somme des points cumulatifs pour obtenir le total des points :

		Valeur		Points cumulatifs
Colonne 1	_____ x	0	=	___0___
Colonne 2	_____ x	1	=	_____
Colonne 3	_____ x	2	=	_____
	Total des points		=	_____

Interprétation

Si vous avez entre 0 et 5 points, votre societe ne semble pas avoir ce qu'il faut pour s'aventurer dans le commerce d'exportation sans prendre des risques considerables. Vous devriez probablement éviter de vous concentrer sur les exportations pour le moment. En travaillant à l'amélioration de la solidité globale de votre société, vous devriez vous mettre dans une position plus favorable dans l'avenir.

Si vous avez obtenu entre 6 et 8 points, votre entreprise ne semble pas avoir une combinaison complete des antecedents, des produits, des ressources, de la motivation et de l'engagement global qui sont nécessaires pour faire des affaires à l'étranger sans courir un important risque d'échec, à moins que vous ayez un client definitif dans un territoire à faible risque, comme un État américain voisin.

Si vous avez recueilli entre 9 et 13 points, il semble que votre société ait une combinaison raisonnable des antécédents, des produits, des ressources, de la motivation et de l'engagement global necessaires pour commencer à faire des affaires à l'étranger.

Consultez les pages 25 à 34 pour déterminer les points que vous avez obtenus dans la section «Faire affaire dans un milieu différent» et cochez les colonnes appropriées dans le tableau ci-dessous.

	Colonne 1	Colonne 2	Colonne 3
Connaissance du pays et des gens (Total des points – page 29)	0-3_____		4-6_____
Aspects politiques et économiques locaux (Total des points – page 31)	0-3_____		4-6 _____
Connaissance de la société et de la culture (Total des points – page 33)	0-3_____		4-6 _____
Accessibilité du marché (Total des points – page 35)	0-3_____		4-6 _____
Plan d'exportation (Total des points – page 37)	0-3_____	4-7 _____	8-10 _____
TOTAL	_____	_____	_____

Reportez le total de chaque colonne ci-dessous, multipliez par les valeurs et faites la somme des points cumulatifs pour obtenir le total des points :

			Valeur		Points cumulatifs
Colonne 1	_____	x	0	=	___0___
Colonne 2	_____	x	1	=	_____
Colonne 3	_____	x	2	=	_____
	Total des points			=	_____

Interprétation

Si vous avez obtenu entre 0 et 5, vous ne semblez pas avoir les connaissances nécessaires pour faire des affaires sur le marché-cible que vous avez choisi. C'est pourquoi vous devez considérer votre plan d'exportation (si vous en avez un) avec certaines réserves. Vous avez définitivement besoin de mieux vous renseigner avant de faire d'importants investissements sur ce marché ou d'y consacrer beaucoup de temps et d'efforts, à moins que vous ayez un client définitif qui soit prêt à vous aider.

Si vous avez recueilli entre 6 et 8 points et selon le total que vous avez obtenu à la section «Avez-vous dressé un plan d'exportation» (pages 33-34), vous semblez être plus ou moins prêt à exporter vers le marché-cible de votre choix. Toutefois, vous auriez avantage à améliorer vos connaissances de ce marché.

Si vous avez obtenu entre 9 et 13 points, surtout si vous avez eu un nombre élevé de points dans la section «Avez-vous dressé un plan d'exportation?» (pages 33 et 34), votre société semble avoir un grand nombre sinon la totalité des caractéristiques nécessaires pour être prête à exporter vers ce marché-cible particulier.

Consultez les pages 35 à 44 pour déterminer le nombre de points que vous avez recueillis dans la section «Comment atténuer les risques» et cochez les colonnes appropriées dans le tableau ci-dessous.

	Colonne 1	Colonne 2
Gestion des risques (Total des points – page 36)	0-3_____	4-6_____
Capacité de tenir bon (Total des points – page 38)	0-3_____	4-5 _____
Examen externe des plans (Total des points – page 40)	0-3_____	4-6 _____
Degré de préparation (Total des points – page 42)	0-3_____	7-11 _____
TOTAL	_____	_____

Reportez le total de chaque colonne ci-dessous, multipliez par les valeurs et faites la somme des points cumulatifs pour obtenir le total des points :

		Valeur		Points cumulatifs
Colonne 1	_____	x 0	=	___0____
Colonne 1	_____	x 1	=	_____
	Total des points		=	_____

Interprétation

Si vous avez obtenu moins de 4, vous n'êtes pas prêt. Tous les domaines dont il est question dans cette section sont essentiels pour être prêt à exporter. Vous ne pouvez pas vous attendre à réussir si vous ne connaissez pas les éléments de base du processus d'exportation ou si vous n'avez pas les outils pour communiquer avec votre marché-cible, rencontrer les gens et conclure une affaire. Si vous n'avez pas les capacités nécessaires pour tenir bon, repensez-y!

Enfin, si vous n'avez pas soumis vos plans à d'autres personnes pour en faire vérifier la validité, vous découvrirez peut-être plus tard que tous vos efforts auront été vains parce que vous aurez négligé ou mal interprété quelque chose.

8. Devriez-vous vous lancer dans l'exportation?

Dans la section précédente, vous avez calculé le total de vos points pour «Faire affaire à distance», «Faire affaire dans un milieu différent» et «Comment atténuer les risques». Vous trouverez ci-dessous des suggestions et recommandations se fondant sur le résumé du total de vos points.

Que devriez-vous faire si vos notes globales sont basses?

Si votre note est basse dans les trois sections, et notamment si elle est très basse dans la première, c.-à-d. «Faire affaire à distance», votre société n'est pas en mesure de commencer à consacrer du temps et à investir de l'argent en vue de l'exportation. À ce stade, vous lancer dans l'exportation pourrait être prématuré et représenter des risques considérables que votre société n'est pas prête à assumer.

Si vous décidez d'aller de l'avant malgré les risques ou si vous voulez vous préparer pour l'avenir, vous devriez consulter le guide intitulé «*Comment vous préparer à l'exportation*».

Que devriez-vous faire si vos notes globales sont moyennes?

Si votre note indique que votre entreprise a une partie mais non pas la totalité des caractéristiques d'un exportateur qui pourrait réussir, vous devriez définitivement consulter le guide intitulé «*Comment vous préparer à l'exportation*» afin d'éliminer vos principales faiblesses et de profiter encore mieux de vos forces existantes.

Que devriez faire si vos notes globales sont élevées?

Félicitations! Vos notes globales élevées semblent indiquer que vous êtes prêt à exporter, ou presque. Toutefois, vous pourriez vouloir consulter le guide intitulé «*Comment vous préparer à l'exportation*» afin de vous préparer encore mieux dans les domaines particuliers où il vous reste encore quelques faiblesses à supprimer.